

Commercialisation et Promotion 11e

1. Description du cours

Dans le cadre du cours, l'élève sera amené à découvrir les aspects de la commercialisation et de la promotion en explorant une vue d'ensemble du marketing et de son environnement. Les composantes de l'analyse de marché et du comportement du consommateur sont abordés à l'aide d'outils et stratégies variés. L'élève explorera également les différentes stratégies du marketing mix dans le but de préparer l'élaboration d'un plan marketing. Finalement, celui-ci sera amené à expérimenter une simulation marketing ayant comme objectif de faire comprendre le développement de produit et l'ensemble des éléments d'une campagne de mise en marché lié au marché concurrentiel de la mode.

2. Grandes idées

La commercialisation des services et des produits peut se faire dans un cadre de consultation et de collaboration.

Les choix personnels en matière de conception exigent une évaluation des compétences et du savoir-faire.

Les outils et les **technologies** peuvent avoir une incidence sur la vie des gens.

3. Compétences disciplinaires

L'élève sera capable de :

Conception

Comprendre le contexte

- Se livrer à une activité d'**investigation axée sur l'utilisateur**, qui permettra à l'élève de prendre connaissance des possibilités et des obstacles

Définir

- Déterminer le point de vue qui sera adopté pour l'occasion de commercialisation et de promotion
- Prendre des décisions au sujet des prémisses et des **contraintes** qui définissent la conception de la commercialisation

Concevoir des idées

- Formuler des idées et améliorer les idées des autres afin de créer des possibilités, et classer les possibilités par ordre de priorité pour l'élaboration de prototypes
- Travailler de concert avec les utilisateurs tout au long du processus de conception

Prototypage

- Choisir et utiliser une variété de **sources d'inspiration** et de **sources d'information**

- Choisir la forme et le degré de précision adéquats pour le développement des prototypes
- Prévoir des procédures qui permettent de développer des prototypes pour plusieurs idées
- Développer les prototypes, en changeant, s'il le faut, les outils, les matériaux et les méthodes
- Consigner les réalisations des versions successives du prototype

Mettre à l'essai

- Solliciter une rétroaction critique auprès d'un **auditoire pertinent** afin de connaître l'efficacité des études de commercialisation, puis évaluer la rétroaction
- Après l'évaluation de la rétroaction, modifier au besoin les procédés, ou encore le plan de développement du produit ou du service

Réaliser

- Déterminer les outils, les technologies, les matériaux, les procédés, les coûts et le temps nécessaires à l'élaboration et à la mise en œuvre
- Recourir à des **processus de gestion de projet** pour le travail seul ou en équipe, ainsi que pour la coordination, l'établissement ou le développement des procédés et des produits
- Communiquer ses progrès afin de multiplier les occasions de rétroaction, de collaboration et, s'il y a lieu, de commercialisation

Présenter

- Décider comment et à qui **présenter** son **produit ou service**, ou encore ses créations, et auprès de qui les promouvoir
- Réfléchir de manière critique à son processus mental et à ses méthodes de conception, et dégager de nouveaux objectifs de commercialisation
- Évaluer sa capacité à travailler efficacement seul et en groupe

Compétences pratiques

- Respecter les consignes de sécurité pour sa propre protection, ainsi que pour celle de ses collègues et des utilisateurs, tant dans des milieux physiques que numériques
- Déterminer et évaluer les compétences requises pour la commercialisation et la conception de ses projets, et élaborer des plans précis pour l'acquisition de ces compétences ou leur développement à long terme
- Démontrer sa capacité à appliquer un cadre de travail pour la résolution des problèmes

Technologies

- Explorer les outils, les technologies et les systèmes existants et nouveaux, et évaluer leur efficacité pour la commercialisation et la promotion de ses projets
- Évaluer les répercussions, y compris les conséquences négatives possibles, de ses choix en matière de technologie
- Analyser le rôle que jouent les technologies dans le changement social, ainsi que les répercussions sociales et environnementales des technologies et leur incidence sur les personnes et les relations interpersonnelles dans une perspective de changement social
- Examiner la manière dont les croyances culturelles, les valeurs et les prises de position éthiques influent sur le développement et l'utilisation des technologies à l'échelle nationale et mondiale

4. Compétences essentielles

4.1 Compétence de communication



La compétence de communication - La compétence de communication englobe les connaissances, les habiletés, les processus et les dispositions associés aux relations interpersonnelles. En communiquant, l'élève assimile, génère et transforme des concepts et de l'information, créant des liens avec les autres pour échanger des idées, exprimer son individualité, approfondir ses connaissances et aller de l'avant. La compétence de communication est fondamentale à la quête de la satisfaction, de la joie et de la raison d'être.

4.2 Compétence de réflexion



La compétence de réflexion - La compétence de réflexion englobe les connaissances, les habiletés et les processus associés au développement intellectuel. C'est grâce à sa capacité à réfléchir que l'élève réussit à transformer des notions et du contenu propres à un domaine et à les comprendre d'une nouvelle façon. La compétence de réflexion requiert certaines habiletés intellectuelles ainsi que des habitudes mentales et une sensibilité métacognitive. Ces facultés permettent de traiter l'information provenant de diverses sources, y compris des réflexions et des sentiments émanant du subconscient et de l'inconscient, ainsi que de la cognition incarnée, afin de former de nouvelles notions.

4.3 Compétence personnelle et sociale



La compétence personnelle et sociale - La compétence personnelle et sociale est constituée d'un ensemble d'aptitudes liées à la place qu'occupe l'élève dans le monde en tant qu'individu, mais aussi en tant que membre de la collectivité et de la société. Cette compétence englobe ce dont l'élève a besoin pour s'accomplir en tant qu'individu, pour se connaître et se soucier de lui-même et des autres, et pour trouver sa raison d'être et se réaliser dans le monde.

5. Contenus pédagogiques

- Module 1 – Le marketing
- Module 2 – L'environnement du marketing
- Module 3 – Le marché, la segmentation, le positionnement et la prévision des ventes
- Module 4 – Le comportement du consommateur
- Module 5 – La recherche marketing et la veille stratégique
- Module 6 – Les produits et les services
- Module 7 – Le prix
- Module 8 – La distribution
- Module 9 – La communication marketing
- Module 10 – La gestion de la relation client
- Module 11 – Le plan marketing

6. Processus d'évaluation des apprentissages

Le processus d'évaluation des apprentissages est constitué d'activités interactives ainsi que d'études de cas qui se retrouvent sur la plateforme *Iteractif +* des éditions Chenelière. Parmi les activités suggérées, les activités interactives sont constituées de questionnaires à choix multiples et à réponses courtes. Les études de cas permettent d'intégrer la matière dans des contextes réalistes qui incluent notamment des questions d'éthiques ainsi que les dernières tendances marketing du marché.

Éléments d'évaluations	%
1. Activités interactives	
2. Études de cas thématiques	
3. Étude de cas intégrateur	
4. Simulation marketing – Les vêtements	

7. Communication des résultats et des apprentissages

La plateforme Moodle et *Chenelière Iteractif +* seront utilisées pour enregistrer toute communication des résultats ainsi que les rétroactions.

8. Ressources

8.1 Ressource éducative en ligne

Dans le cadre du cours Commercialisation et Promotion 11^e l'élève sera amené à travailler avec la ressource éducative *Marketing 3^e édition*. Ce livre pédagogique des éditions Chenelière Éducation sera accessible en ligne lorsque l'élève aura complété le module 1. Celui-ci contient des chapitres élaborés ainsi que plusieurs activités interactives et bilans intéressants que nous utiliserons durant l'ensemble du cours.



Source : Cardin, L. & Durocher, S. (2021) *Marketing*, 3^e édition, Chenelière Éducation

8.2 Mode asynchrone

Le cours Commercialisation et Promotion 11^e se déroule en mode asynchrone ce qui signifie qu'il n'y a pas de salle de rencontres hebdomadaires. Les échanges avec l'enseignant et les autres élèves inscrits sont toutefois déterminants pour ta réussite du cours. Tu pourras poser tes questions en communiquant avec l'enseignante (voir la page Contacts d'information)

Le cours nécessite un accès Internet, car tout le contenu du cours se trouve sur Moodle, incluant les leçons, les liens vers des vidéos et les outils de référence. Parfois, tu devras cliquer sur des liens qui te redirigeront vers l'Internet. Tu dois t'assurer d'avoir accès aux ressources suivantes et de savoir les utiliser pour bien réussir ce cours:

- Moodle
- Office 365 (Word, Excel, etc.)
- Skype Entreprise (via Office 365) - pour communiquer avec ton enseignante
- One Drive (via Office 365) - pour le dépôt des fichiers volumineux
- Le parcours pédagogique est composé de leçons théoriques intégrant des lectures et des ressources multimédias.
- Tu dois planifier tes tâches chaque semaine tel que proposé dans l'agenda de la semaine. En suivant le déroulement suggéré, tu arriveras à maintenir un bon rythme de travail et à mieux réussir. Le cours demande environ 3 heures de travail par semaine.

9. Informations de contact et disponibilités

Enseignant :

Contact :

Disponibilités : variable voire horaire sur le site du cours

Sur Zoom:

ID de réunion :

10. Planification

Ce cours suit un mode d'enseignement asynchrone, qui permet à l'élève de choisir son horaire de travail. Par contre, le cours doit obligatoirement être terminé à la fin juin pour recevoir la note de passage. Veuillez prendre connaissance des horaires suggérés et choisir parmi les options suivantes :

Choix d'horaire	Initialisez l'horaire choisi (un seulement)	
	Élève	Parents/tuteurs
Horaire annuel sur 10 mois ou 40 semaines environ (3 heures de travail/semaine) *Seulement offert si inscrit au début de l'année		
Horaire semestré sur 5 mois ou 20 semaines environ (6 heures de travail/par semaine)		
Horaire accéléré sur 3 mois ou 12 semaines environ (9 heures de travail/par semaine)		

11. Coordonnées, signatures et engagement

Par la signature de ce syllabus, l'élève et ses parents confirment qu'ils l'ont lu et compris, et ils s'engagent à respecter l'horaire de travail choisi ou à communiquer avec l'enseignant pour l'informer de tout changement. Merci de garder une copie de ce document et de le remettre par le biais de la plateforme virtuelle.

Parents/tuteurs (au moins un)	Élève
signature(s): _____ _____	Signature: _____
Nom(s): _____ _____	Nom: _____
Courriel(s): _____ _____	Courriel : _____
Numéro(s) de téléphone: _____ _____	